“本土化”综艺的受众心理及版权对其影响

摘　要：知识产权愈受关注的今天，综艺节目是否引进版权也成为受众关注的焦点。针对目前国内综艺节目普遍呈现外来节目本土化的现象，本文以《奔跑吧兄弟》与《向往的生活》为例，分析两个节目受众心理，并进一步探讨版权意识对两个节目受众心理的不同影响，从而简要分析版权化的中国综艺道路的发展方向。

关键词：本土化综艺；版权引进；版权意识；受众心理

中图分类号：G201　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）07-118-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.07.043

■文／邵　韶

引言

当前中国电视综艺市场出现了越来越多的“本土化”综艺节目。“本土化”综艺节目是指对国外已经存在的、十分热门的综艺节目进行翻拍的节目，韩国是目前我国“本土化”综艺节目最大的借鉴国，如《爸爸去哪儿》《奔跑吧兄弟》等热门综艺，都是在借鉴了韩国综艺节目拍摄模式的基础上再进行自己的改造。受众的接受、期待、审美等心理需求直接影响着本土化综艺节目的生存与发展 [1]。

当前的传播学理论认为，受众心理有很多不同的方面，受众心理会受到多种因素的影响，这些影响因素可能包括预存立场、经验、团体规范、个人性格以及氛围意见等，受众心理是一个复杂多变的过程 [2]。在当前“本土化”综艺节目浪潮中，版权成为了一个广受关注的问题。有一部分“本土化”综艺节目对原版综艺节目进行了引进并购买了版权，而另一部分则没有。而节目受众对综艺节目的版权问题也众说纷纭，版权问题逐渐成为左右本土化综艺节目受众心理的重要因素之一。

本文选取《奔跑吧兄弟》与《向往的生活》两个较为典型的“本土化”综艺节目进行受众心理的分析与比较，通过两种不同类型节目的受众心理比较，探讨“本土化”综艺的受众心理以及版权问题对“本土化”综艺的受众心理产生的影响，为今后引进并改造外国综艺节目时所要遵循的原则提供借鉴。

1.《奔跑吧兄弟》受众心理分析

1.1 节目现状概述

《奔跑吧兄弟》是浙江卫视将韩国大热综艺节目《Running Man》本土化的产物。《Running man》是一档大型户外竞技真人秀节目，浙江卫视将该节目的版权引入中国，利用一个个情景化的故事将各游戏环节联系起来。其节目基本引用了原版的制作模式，尤其是经典游戏的设置、情节安排、场景设想以及主持人角色等，同时也进行了部分本土化的改编。目前，《奔跑吧兄弟》播放至第五季，每一季在同期节目中电视收视率几乎都是排名第一，热度依旧不减，但是它的口碑却逐季变差，观众满意度逐季下降。

1.2 受众心理活动阶段分析

受众心理的变化可以分为四个阶段：新鲜阶段、追捧阶段、疲倦阶段、厌恶阶段。

1.2.1 新鲜阶段：情景化的游戏设置满足受众的新异心理

与之前普通的竞技真人秀不同，《奔跑吧兄弟》是国内综艺节目市场中第一个通过故事来连接游戏的情景类竞技真人秀，它通过在每一期节目中设定一个完整的故事来推动节目进行，每一位嘉宾和主持人都在这个故事中扮演不同的角色。随着故事的展开，设计不同的小游戏来契合故事的主题。这种节目的独特性、奇异性恰好满足了受众追求刺激、追求冒险的新异心理。具体到电视综艺节目受众来说，新异心理使得受众希望在电视综艺节目中看到与众不同、十分少见的新奇内容，以此来获得当前个体所没有的生活经验与审美经验，进而带来全新体验 [3]。而《奔跑吧兄弟》与众不同的游戏情景设置满足了他们对真人秀游戏中角色的自我代入，使他们不由自主地为节目游戏成员加油打气，让它收获了一大批国内新观众，促进了节目始播的大热。

1.2.2 追捧阶段：偶像情结引发受众对该节目的进一步追捧

马斯洛的需要层次理论认为，人的需要从低到高可以分为生理需要、安全需要、归属与爱的需要、自我实现的需要 [4]。偶像心理潜隐于每个人内心深处，是个体对美以及其他优秀人格品质的追求。因此偶像在社会中有相当的影响力和感召力，其一举一动都会受到关注、追捧与效仿。在电视综艺节目中引入一些偶像演员能够吸引更多的受众关注，大大提高电视节目收视率。除此之外，节目每一期还会邀请当下有新的作品或者关注度很高的明星加入。他们每一个人都是当红偶像，本身拥有独特的个人魅力以及相当庞大的粉丝群体，因此吸引了相当多的受众对节目进行关注。

1.2.3 疲倦阶段：千篇一律的游戏情节让观众产生审美疲劳

作为户外竞技类真人秀节目，游戏情节的设置在推动整个节目流程的发展、展现节目魅力、吸引受众持续观看上有着至关重要的作用。但《奔跑吧兄弟》在后几季的制作上，依旧沿袭第一、二季的游戏情节设置，在前几季中，除了指压板和撕名牌以外，也曾有不少巧妙的游戏设置让人印象深刻，但到第三季末期，缺乏自主创新的游戏特色，游戏设计枯竭的问题逐渐显现。受众后期观看时，逐渐发现千篇一律的情节无法满足他们对游戏设置构思的思考与期待，“一样的笑点、一样的游戏、一样的梗”“看了开头就知道结局”

等众多类似的节目评论显现了受众已经陷入对节目的观看疲态。

1.2.4 厌恶阶段：节目后期营销炒作的虚假手段引起大量受众的不满

“真”是真人秀的生命，虽然节目的设置有一定的策划编排，节目展现出的参与者的反应与行为应是真实的。因此，真人秀节目大多迎合了普通人求知欲、猎奇心、八卦、偷窥他人隐私的心理。然而《奔跑吧兄弟》在制作后期为了营销炒作，忽略了真人秀所应具备的纪实性。为了提高关注度和加大营销力度，炒作力度更是进一步加大。这一举措让观众的不满情绪达至高潮，微博上出现大量指责、谩骂节目组为了营销欺骗观众的评论，该节目的口碑由此也跌入低谷。

2.《向往的生活》受众心理分析

2.1 节目现状概述

《向往的生活》是由湖南卫视制作的一档大型生活服务纪实节目。记录了三位主持人在北京城郊的一户民居里生活的全过程。他们平时需要采摘农作物来维持生计，每一顿饭都需要自己动手烹饪。同时，每一期节目他们都会邀请好友来做客，并根据好友的需求来完成指定菜品。《向往的生活》为观众带来了一幅“自力更生、自给自足、温情待客、完美生态”的生活画面。目前节目播出 14 期，在周日晚上电视收视率排位上始终位于前三。但豆瓣、微博等社交平台上针对其抄袭韩国综艺《三时三餐》展开负面评价的网友不在少数。

2.2《向往的生活》受众心理活动分析

《向往的生活》播出以来，引起了不小热度，较多观众对这档综艺的质量呈现正面态度，该节目的内容编排、人员配置、主题转达等方面与其他众多游戏竞技类的“快综艺”相比，呈现出与众不同的“清流”特质，比较贴合目前真人秀观众的心理特征，满足了受众追求真实感、窥私欲与好奇心，以及替代参与心理、身份认同心理。

2.2.1 观察类慢综艺的类型满足受众追求真实感的需求

真人秀节目最大的一个特点就是真实感，目前市场上涌现越来越多的游戏竞技类真人秀，采用把游戏代入情景化故事叙述方式，而该方式较大地依赖拍摄前的剧本与后期大量有偏向性的剪辑，这大大压缩了给观众的真实感。相比之下，《向往的生活》作为一档观察类的慢综艺，事先没有清晰的剧本，嘉宾的角色也没有固定，节目中的定位即是嘉宾原本自己生活中的性格定位。它将生活本身作为节目来展示，不设立任何任务，参与明星没有在游戏竞技类节目中的压迫感。嘉宾在节目中轻轻松松地过着农村生活，找食材做饭、请好友过来做客、聊聊最近的生活，嘉宾参加之后大呼：“我以为叫我是来吃苦的，结果却是来享受生活。”这种情况下，明星所呈现的状态完全放松，最容易表现出生活中最真实的样子。慢综艺虽然没有快节奏的情节与激烈的竞争，但因其给受众带来的完整的真实感，也不会让人厌倦。

2.2.2 全方位地暴露嘉宾生活状态满足受众对明星的窥私欲与好奇心

窥私欲即喜欢打探、偷看他人的隐私；好奇心即对未知事物迫切了解的心态。猎奇和窥探心理是人类普遍具有的一种心理状态，是人类对某一事物产生的强烈兴趣和好奇感[5]。对于明星等公众人物隐私的公开化，更是大大刺激了受众的好奇心与窥私欲。《向往的生活》对参与嘉宾乡下生活情况的全方位拍摄，让受众清晰地看到了嘉宾在乡下生活的状态，从清晨起床、准备饭餐、晚上入睡的过程都有详细记录，同时将他们老友相处的细节完整呈现出来，满足了受众对于明星私下生活与交际的好奇心。

2.2.3 回归田园的生活给受众带来替代性满足

“替代性满足”来自弗洛伊德的精神分析心理学。按照弗洛伊德的理论，个体竭力追求让自己快乐的生活方式，来满足自己本能的欲望[6]。如果个体需求与社会现实相违背时，个体往往需要将本能欲望转移到别处以消除自己欲望得不到满足时的压抑和紧张心理。回顾历史，隐士情怀与田园理想曾是一代人的追求。如今，受大城市里较大的生活压力，以及文化断层和追求功利主义风气的影响，诸如“逍遥于天地之间而心意自得”“行到水穷处，坐看云起时”的生活状态只能成为当代都市人的愿望。而《向往的生活》让人回归乡土，回归本真，这恰恰成为大多数现在疲于日夜奔波在大城市里的人们的呼声。许多网友在观看节目后直言“好喜欢这样的生活：爱的亲人朋友在身边，远离喧嚣，日出劳作，日常饮食，和家畜为伴，与山水同眠，有平凡的情愫，过悠然的生活”“在《向往的生活》里看到了自己的梦想”。《向往的生活》让许多正在城市劳累打拼的受众却希望回归悠闲农村生活的压抑情绪得到调节、纾解，给他们带来精神慰藉，替他们实现自己暂时无法完成的愿望。

2.2.4 节目突出的中国人“人情”主题强化了受众身份认同心理

身份认同是个体对自我身份的确认和对所归属群体的认知以及所伴随的情感体验及行为模式进行整合的心理历程[7]。身份认同心理又称接近性心理，它是一种对自我身份的认同感和归属感，凡是与读者地理位置、心理距离接近的内容，受众则更为关注、更感兴趣。受众之所以有求近心理，从认知的角度看是因为被受众所熟悉的内容很容易纳入受众已有的认知结构，使人感到亲切、可信，同时也易于同主体已有的知识经验进行对比分析，从而理解得快而且深[8]。《向往的生活》突出展现中国人的“人情”关系，这是中国“熟人社会”的交往方式。而人情关系网笼罩着中国社会的方方面面，每个中国人的一生都伴随着人情的影子。该节目让受众更多去关注人与人之间的关系，在各种人际碰撞中，每一期都在用心讲述一个走心的故事，分享朴素的道理以及人生的经验。不同关系中传达出的人情世故、其差异并微妙的交往方式，让大量受众感同身受，由于这种身份认同带来的情感模式和行为模式的认同，与其现实生活的呼应，使他们对节目产生兴趣并持续性观看，最终内化到自我价值体系的源头。

3. 版权因素对本土化国外综艺的启示

3.1 版权意识对受众逆反心理的激发

近年来，随着大众知识素质水平不断提高，国人越来越重视综艺节目的版权保护问题。因此，最近国内综艺市场这种“抄袭成风”的现象引起了广大受众的不满，加之韩国方面的声讨更是让受众对该类型综艺的负面评价达到了顶峰。

《向往的生活》作为今年引进韩综《三时三餐》却没有购买版权的节目，无疑成为网友们声讨的重点对象。尽管该节目内容质量上得到一些声音的肯定，但在豆瓣等评分网站上依旧有许多节目受众因为其没有购买版权而选择降低对其的评价。逆反心理在新闻信息传播中，是受众对媒介信息作简单的逆向思维和反面理解的心理意识，因而会在传播者和受众之间筑起一道抵御信息顺向传播的心理防线，使媒介信息的含义扭曲、变性，使信息传播的力度减弱、转向[9]。

3.2 版权意识对版权受众心理变化的影响

《奔跑吧兄弟》是一档购买原版版权并请原版制作班底进行制作的综艺。它于开播前便对其引进原版版权做了充足的宣传。其原版节目《Running man》在中国早已有了坚定的受众基础，相比《向往的生活》因为没有引进版权为观众诟病，浙江卫视选择买下该节目的版权进行制作，而不是直接抄袭原版节目的模式，这一举措成功吸引了原版节目《Running man》的受众群体支持国产版的《奔跑吧兄弟》，并避免了许多纠纷。加上韩国原版节目良好的口碑，和该节目开播之前的广泛宣传，原版的受众群体对国产版的制作有了不一样的期待，希望国产版带来不一样的新鲜感，以此满足他们的新异心理。版权意识的普及为该节目赢得了大量的潜在受众。

3.3 打造原创综艺应成为中国综艺的发展方向

综艺行业应摆脱思考与实践的惰性，鼓励创新风气。针对目前国内电视业热衷引进节目模式的现状进行分析，一是因为引进成熟的节目模式有收视保障，二来可以减少电视台研发原创节目的时间与成本。在这种工业化模式的限制下，标准化、模式化、市场化成为电视综艺节目最主要的生产与销售方式[10]。随之惰性风气的盛行让原创的想法没有空间得到施展，受众们看不到成功的原创节目也是理所当然。因此，鼓励创新意识、批判精神，尊重人才、尊重原创并包容失败的价值诉求与氛围应得到提倡。

其次，要平衡综艺节目创作的资金分配。原创力不是凭空就能具备的，它需要有一定的物质基础。反观目前国内综艺节目的资金投入分配，资金分配不均衡，聘请知名明星占了节目预算相当大的比重。市场经济体制下，加大对原创想法的资金投入可以聚集更多的原创因素，资本的介入将给予原创力以一定的保障和更多的提升空间，经济物质基础永远是精神创新的动力。

利用中国传统优秀文化底蕴应是中国综艺创作的独特发展之路。基于传统文化创作的综艺节目引起了一波收视热潮。利用我国丰富的传统文化底蕴融入国内综艺原创素材中，有助于提高中国文化的国际影响力、保障国家文化安全，是提升文化软实力的重要举措，同时为我国文化输出提供了平台。媒

参考文献

[1] 魏兰．受众心理角度的电视综节目创新思考 [J]. 大众文艺，2013（14）：178.
[2] 张彦德．我国电视节目导向和受众心理互动研究 [D]. 河海大学，2004.
[3] 魏兰．受众心理角度的电视综艺节目创新思考 [J]. 大众文艺，2013（14）：178.
[4] 亚伯拉罕·马斯洛．人类激励理论·动机与人格（第 3 版）[M]. 北京：人民大学出版社，1943.
[5] 宋佳仪．我国真人秀节目的受众心理探析 [J]. 大众文艺，2010（23）：183.
[6] 袁延明，甘玉锋．明星真人秀节目走红的受众心理探析——以《奔跑吧兄弟》为例 [J]. 新闻世界，2015（7）：55.
[7] 张淑华，李海莹，刘芳．身份认同研究综述 [J]. 心理研究，2012（1）：21.
[8] 程鹏．新闻受众常见心理浅析 [J]. 新闻爱好者，2012（7）.
[9] 申雪凤．从受众心理看典型报道的传播效果 [N]. 中华新闻报，2007-9-12.
[10] 邓文卿，张莹．对中国电视综艺节目原创力问题的思考 [J]. 中国电视，2015（12）：77.

（**作者单位：**暨南大学新闻与传播学院）

（上接第 107 页）

4. 结语

本文通过对数字艺术中的美学进行多方面阐释，体现出其发展的坎坷路径与其存在的重要价值。从数字技术入手，进而冲击电影的艺术文化。从艺术文化方面进行研究，将数字艺术美学完美地展现出来，并将其与中国文化相联系，这也是一种更好的发展途径。媒

参考文献

[1] 李兴亮，黄琳．艺术文化视野中的数字艺术美学 [J]. 当代电影，2013（10）：179-182.
[2] 吉立伟，李智超．论数字艺术创作中技术与美学的矛盾与平衡 [J]. 艺术科技，2014（06）：402.
[3] 孙敏．影视传媒的泛审美化与审美救赎 [J]. 艺术百家，2015（01）：234-235.
[4] 金虎．试论数字艺术的本体与美学特征 [J]. 湖北美术学院学报，2015（01）：82-84.
[5] 徐艳金．传媒产业的发展探析 [J]. 中国报业，2012（14）：162-163.

（**作者单位：**江南大学设计学院）